

WEBで2000万円の大型受注 問い合わせ客の初期対応に細心の注意

WEB受注 のコツ

クリック!

**WEB受注
3つのポイント**

① 初期対応に細心の注意をばらう。

② 問い合わせ客への対応を社内ですべて統一。

③ 営業スタッフもホームページの内容を把握する。

WEBの集客のみで、リフォーム案件を獲得するアークフィール（東京都千代田区）。相手の顔が見えないネットを媒介しながらも、時には単価が2000万円を超えるような案件も扱う。そこには同社で磨きあげられた対応ノウハウがあった。

アークフィール
(東京都千代田区)

佐々木 大樹
WEBマーケティング事業部部長



初期対応には細心の注意をばらう

「インターネットを使って集客を行う場合、初期対応が最も大切だと思えます。問い合わせがあつてから、即対応するのは1日経つてから対応した場合は、お客様の反応や営業活動のやりやすさが全く異なります。」（佐々木大樹WEBマーケティング事業部部長）

アークフィールの集客は100%インターネット

電話に應對する可能性がある社員は常に臨戦対応している必要がある。同社では、出払つて

問い合わせ客への対応を社内ですべて統一

顧客からサイトに掲載されている内容に関して質問があつた場合、現場の営業マンは的確に對應できなければならぬ。佐々木さんは、サイトを

「どんなに忙しくても、このミレーティングだけは必ず行つています。互いの業務の苦勞や価値観を共有していくことで、より、成果を挙げ価値ある仕事ができる。」

営業スタッフもホームページの内容を把握する

「ホームページ管理を担当しているスタッフが現場営業マンの業務は別れているのが普通です。ホームページに掲載されている情報を営業マンが把握して

ネット活用によるもの。問い合わせをしてきた顧客に對してどのような対応をし、アプローチをしていくかに全てがかかっている。佐々木さんは、「お客様と最初にメールや電話をする際は、機械であるパソコンを通してやり取りしていたその方と初めて同社で繋がる時、最も注意を払っている」と話す。

「ホームページ管理を任せたい顧客情報を得られ、あやふやな對應による顧客の不安、不信感も防止できる。」

「同社では営業側とWEBシステムを構築する側とで定期的にフィードバックの機会を持つ。社内で、サイトの利便性、掲載する施工事例の内容などを両者の意見を交えながら吟味し、さらに磨き上げていくためだ。同社の営業マンはWEB集客にかかるとも把握している。」

「ホームページ管理を任せたい顧客情報を得られ、あやふやな對應による顧客の不安、不信感も防止できる。」

「同社では営業側とWEBシステムを構築する側とで定期的にフィードバックの機会を持つ。社内で、サイトの利便性、掲載する施工事例の内容などを両者の意見を交えながら吟味し、さらに磨き上げていくためだ。同社の営業マンはWEB集客にかかるとも把握している。」

「ホームページ管理を任せたい顧客情報を得られ、あやふやな對應による顧客の不安、不信感も防止できる。」



同社のサイト。「デザイン・リフォーム.com」「リノベーションデザイン.com」など、それぞれのテーマに特化したサイトを持つのが特徴。同社では外部のデザイナー・約40人と業務提携し、デザイン力に特化したリノベーション提案を行っており、高単価の受注が多い。ホームページのアクセス数は、月間3000セッション、ページビューは1万3000~5000ほど。



この一冊で安売り競争とはもうサヨナラ!

なるほどリフォーム

“この冊子を読むと誰もがリフォームしたくなる”
潜在ニーズ掘り起こしにピッタリです!!

使い方例 ▶ **お客様に送付** ▶ **イベント時に配布** etc...



申し込みは10冊単位
各1冊
180円

※大量購入の割引制度があります
100冊以上→1冊170円、300冊以上→1冊160円、
500冊以上→1冊150円、1000冊以上→1冊130円

申込書 ※必要事項を記入しFAXをお送り下さい

会社名	担当者
電話	FAX
ご住所	
★申し込みは10冊単位でお願いします	
申込冊数	キッチン編 <input type="text"/> 冊 バス編 <input type="text"/> 冊 トイレ編 <input type="text"/> 冊